Market Information
Asia Pacific

The Fruit Market in the Yangzi Delta region

June 2003

THE CANADIAN TRADE COMMISSIONER SERVICE

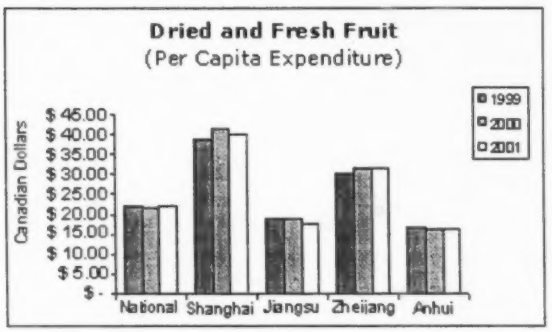
Canadian Consulate in Shanghai
Suite 604, Four Shanghai Centre
1376 Nanjing Xi Lu
Shanghai, China
200040
Tel: (86-21)6279-8400
Fax: (86-21) 6279-7456
E-mail: henry.deng@shanghai.gc.ca
Internet: http://www.shanghai.gc.ca

Market Overview

The fruit market is changing and fast restructuring, Yearly, fruit consumption increases, production improves and varieties increase. The Chinese consumer is increasingly health conscious and view fruit as the nutritious alternative. As a result, fruit stalls are lined with various assortments of fruit all catering to meet the market need.

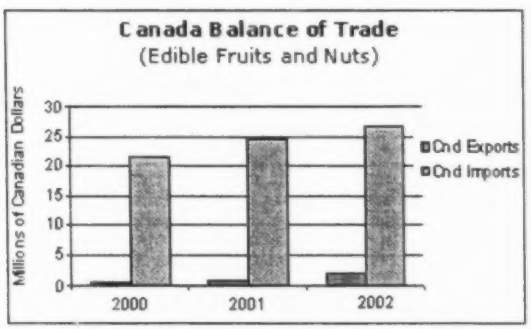
Shanghai is an excellent market for imported fruit. The Shanghai residents have an average annual disposable income of $2258.48 (nearly double the national average), which has been increasing by roughly 10% a year. Domestic demand for fruit has risen proportional to China's increasing income levels. The average

Shanghai resident spends $40.70 on fruit purchases, also twice the national average of $22.09. In addition, the city houses a substantial expatriate community and an established five-star hotel and restaurant industry. Within this target group, there is a demand for high-quality fruit at all times of the year.



China National Statistics

Canada's exports of edible fruits and nuts reached $2.04 million Canadian dollars in 2002, a significant increase from its 2001 level of $0.8 million. Frozen fruit was the largest and fastest growing segment. Of the total imports, none arrive at the port of Shanghai. The frozen fruit arrives in Qingdao and Nanjing (capital of Jiangsu province), and the fresh fruit in Guanzhou. Popular Chinese exports to Canada include citrus fruit, apples, pears, and frozen fruit.



World Trade Statistics

Domestic fruit largely captures fruit purchases and provides intense competition to imported varieties. China is the largest consumer and producer of fruit in the world. Their vast geographic territory allows for a wide variety of fruit to be produced from apples in the north, to mangoes and bananas in the south. China yields 66 580 000 tons of fruit annually. Of which, Shanghai accounts for 267 000 tons, Zhejiang province for 2 506 000 tons, Jiangsu province for 1 953 000 tons, and Anhui for 1 471 000 tons. In apple production alone, it is estimated that China produces 1.5 billion bushels a year, approximately half the world's production. Farmers produce 12 million tons of oranges annually.

Despite the large amounts, the fruit industry lacks the processing

technology and sophistication to maximise their production. Although recent years have witnessed drastic improvement, the majority of the fruit does not reach the market or the end-consumer. The appearance of foreign competition in the market and China's accession to the World Trade Organisation (WTO) is forcing local producers to adapt their process and to enhance competition.

In the eastern coastal cities, as Shanghai, imported fruit has gained market share. Imported fruit appeal to the consumer as they offer superior quality, variety, and uniqueness compared to domestic fruit. They are often better in appearance and packed in attractive packages.

The fruit industry is expected to continue to grow, evolve and increase in effectiveness. The Chinese government has placed significant time and investment into its development. The government has recently shifted their agricultural policy from land intensive to a labour intensive production, such as fruit and vegetable cultivation. Initiatives include research and development, increased training for farmers, introduction of processing technology and efforts to improve quality. The government views these initiatives as necessary to maximise their resources and assist in WTO competition.

KEY PRODUCTS AND PLAYERS

Popular imported fruit include Sunkist Oranges, Dole Bananas, New Zealand Kiwis, Chilean Grapes, Thai Mangoes, Granny Smith Apples or Washington Apples. Currently, there are no known Canadian fruits in the market.

China grows a wide variety of fruit. Traditional fruits such as apples, oranges and peaches account for 80% of the total orchard area. Over the last few decades, new forms of fruit varieties have been introduced or commercialised for the market. Fruit that once grew in the wild (strawberries, kiwis), now account for 10% of the orchard area. New technology, nurseries and greenhouses are now beginning to grow improved and imported varieties of fruit.

Chinese fruit production continues to be largely decentralised. Farmers are loosely and locally organised. They transport their products to the regional or wholesale markets to be sold. In the current structure, there is no real significant market leader in terms of fruit production.

OPPORTUNITIES

- Processing equipment: The Chinese fruit industry lacks the processing capability. As a result, the majority of the fruit never reaches the market. Official statistics believe that the total apple processing capacity is less than 6% of total final

output. A similar problem occurs for other fruits.

- Value-added fruit products: Fruit products as juice, jam, dried snacks or syrup may have success on the market. Traditionally, dried fruit products have been the snack of choice for the Chinese. Also, annually, consumers drink more fruit juice. The juice market is expected to yield good potential, as the average person drinks 1 litre of juice a year, compared to the 50 to 70 litres consumed by Europeans and North Americans.
- Fresh and frozen fruit: Given the right characteristics and price, there is an opportunity to export fresh or frozen fruit to the market. Canadian products are viewed as clean, high quality and safe. As consumers are eager to try new products, certain products, native to Canada, as blueberries, cranberries, raspberries or saskatoons may appeal to the Chinese taste.
- Technology and training: The Chinese fruit industry is considered to be at an infancy stage. There is a need for improved infrastructure, distribution, warehousing and marketing capabilities.

MARKET ACCESS

Consumer

Price is the key factor for consumers purchasing fruit

FRUIT	PRICE (rmb)	PRICE (cnd)	WEIGHT
Red Delicious Apples	5.99 $	0.97 $	500 gr
Granny Smith Apples	7.65 $	1.23 $	500 gr
Shangdong Province Apples	3.95 $	0.61 $	500 gr
Huang Jiao Apples	2.90 $	0.47 $	500 gr
Dole Bananas	2.97 $	0.45 $	500 gr
Cherris (local)	12.90 $	2.08 $	500 gr
Sunkist Oranges	4.99 $	0.81 $	500 gr
Watermelon (local)	0.79 $	0.13 $	500 gr
New Zealand Kiwis	2.55 $	0.41 $	500 gr
Black Plum (local)	9.99 $	1.61 $	500 gr

Price is the key factor for consumers purchasing fruit. With the large choice of fruit on the market, consumers undoubtedly can afford to be choosy when and what they purchase. Prices are higher in Shanghai, as the city is not a huge producer of fruit products and needs to import from other areas in China (mainly the south). Imported foreign fruit is significantly more expensive than local fruit. For the same price of 500gr of Granny smith apples, a consumer can purchase half a dozen eggs and bread. The adjacent table depicts the average price for fruit within larger retail outlets. Certain fruits are priced too high to be successful in the general market. For example, importing and selling strawberries is not feasible. In 2003, the tariff remains 24.2% and the VAT 13%. Plus, domestic strawberries sell well in the market.

As domestic fruit increases in quality and prices are maintained low, branding will become crucial for success. Exporters wishing to enter the market should be willing to commit the finances, develop

marketing plans and commit long term. Sunkist oranges have invested significant time and money in the market to develop their brand and promote their oranges since they entered the market in 2000. As a result, Sunkist has become a recognised brand name. As the majority of fruit are sold in various markets in the city, marketing and education are not easy. In addition, a brand name assists in differentiating between imported or locally produced fruit. Recognising the importance of branding in competition, Chinese fruit growers are attempting to create brands for their products.

Another key preference is taste. Matching the product to the local taste palette is important. It is advisable to perform market research before entering the market. Though many new tastes have been introduced to the market, certain fruits have not had success. A local fruit importer quoted Jackfruit as such. Its strong smell and messy characteristics have inhibited its success in the market.

Market

Though retail habits have changed drastically for most food goods, fresh fruit products are still commonly procured from fruit kiosques or markets. Neighbourhood supermarkets carry a limited supply of fruit products, but it is the view they are more expensive and less fresh. Larger stores have fully equipped fruit and legume sections. It is in these outlets and up-scale restaurants and hotels that the largest selection of imported fruit appears. Please refer to the Canadian Consulate General in Shanghai report entitled "The Retail Market in Shanghai" for further information on the different retail structures.

Especially prevalent in wet markets and neighbourhood fruit stalls are "fake imports". Though the Chinese government has taken action to control and stop copyright infringement in China, the problem continues to occur within the import fruit industry. Import brand name stickers are not hard to re-produce and are placed on local brands. Local fruit can than be sold at the same price as its foreign counterpart. As domestic varieties improve, it has become increasingly difficult to differentiate between the two.

Fruit sales are seasonal, as not all varieties are commonly available year round. Farmers flood the market with the same variety resulting in lowered prices and over-supply. For example, during the summer months of June, July and August, the markets are 80% filled with watermelons. The best import fruit sales are reported to occur in January and February. Imported fruit is usually purchased during special occasions and festivals. At Chinese New Years (January-February), consumers will purchase the more expensive foreign fruit as gifts for friends and relatives. The month after corresponds with low fruit supply in the market.

The price of fruit for both domestic and imported brands has been declining in recent years. China's WTO entry will lower the import cost, but will increase profits for import fruit. Fruit prices are set daily and are posted at the entry to wholesale markets.

Tarif rate for select fuit products

Products by HS	2003	2004
Grapes (dried)	16 %	10 %
Grapes (fresh)	18.4 %	13 %
Apples	14 %	10 %
Apricots	26 %	25 %
Cherries, Peaches	14 %	10 %
Plums	16 %	10 %
Straawberries	24.2 %	22.7 %
Rasberries	26 %	25 %
Preserved Cherries	31 %	30 %
Dried Apricots, Prunes, Apples	26 %	25 %

The majority of the imported fruit in Shanghai enters through the Longwu Imported Fruit and Vegetable Market. Home to the largest wholesale distributors, imported fruit is fanned out to Shanghai-based wholesale markets, regional markets and certain end clients (hotels or restaurants). The market provides various services from locating distributors, customs formalities, bonded warehouse, and warehousing.

There are two types of import fruit at Longwu market. A quarter of the fruit enters directly from abroad, and the remainder from the south of China. The largest import fruit market is located in Guangdong province. Officially, the fruit enters at the Guanzhou port, and is subsequently distributed throughout China. Unofficially, fruit is first shipped to Hong Kong, and then to China. Importers avoid the time consuming application for import licenses, and are able to avoid quarantine examinations. This route is not advisable as it uses grey channels to enter the country. In the past year, the Chinese government has taken serious steps to control grey channel traffic of products through Hong Kong.

Officially, fruit importers require a special import license from the China State Administration for Entry-Exit Inspection and Quarantine Headquarters (AQSIQ). Once the shipment arrives in China, it must first be inspected and released by AQSIQ quarantine officials. The goods will subsequently pass customs where the tariff and a value-added tax (VAT) apply. Tariffs rates defer for each fruit product, whereas the VAT ranges from 13 to 17%.

KEY CONTACTS

Canadian Government Contacts in China

Canadian Consulate General in Shanghai
#604-1376 Nanjing West Road
Shanghai, 200040
Contact: Mr. Henry Deng, Commercial Officer
Tel: (86-21) 6279-8400 Commercial Assistant
Fax: (86-21) 6279-7456
E-mail: henry.deng@dfait-maeci.gc.ca
Internet: http://www.shanghai.gc.ca

Canadian Consulate General in Shanghai
#604-1376 Nanjing West Road
Shanghai, 200040
Contact: Ms. Shirlie Wu, Commercial Assistant
Tel: (86-21) 6279-8400 Commercial Assistant
Fax: (86-21) 6279-7456
E-mail: shirlie.wu@dfait-maeci.gc.ca
Internet: http://www.shanghai.gc.ca

Shanghai-China Government Contacts

Shanghai Customs of The People's Republic of China – Responsible for the regulations and inspections on import and export documents and certificates

Address: 13 Zhong Shan Dong Yi Lu
Shanghai 200002
Tel: 86-21-63232410
Fax: 86-21-63232095
Internet: http://www.shcus.gov.cn
Shanghai Entry-Exit Inspection and Quarantine of People's Republic of China – Responsible for the inspection of imported and exported goods

Address: 1208 Minsheng Road, Pudong
Shanghai 200135
Tel: 86-21-68563030
Fax: 86-21-68565939

Shanghai Import Food Enterprise Association – Provides assistance for the application and approval of labels for imported foods

Address: Room 1702, Hero Building
2669 Xie Tu Road
Shanghai 200030
Tel: 86-21-64398189
Fax: 86-21-64398191

Bibliography

Print

Shanghai Statistical Yearbook 2002, Shanghai Municipal Statistics Bureau, China Statistics Press

China Statistical Yearbook 2002, National Bureau of Statistics of China, China Statistics Press

The Fruit Market in the Yangzi Delta Region, Canadian Consulate General Shanghai, Department of Foreign Affairs and International Trade, September 2000 (available by contacting the Shanghai consulate)

Electronic

World Trade Statistics, Global Trade Information Services Inc. Nov 2002 Internet Version 4.2a

Barboza, David, In China, apple crop is producing trade fight, International Herald Tribune, April 5, 2003

Various Pages from http://www.fruitnews.com A portal dedicated to the Chinese fruit market. Last accessed: June 16, 2003

Great Potential in Western China's Fruit Industry Jan 6, 2002 People's Daily, China Internet Information Centre http://www.china.org.cn/english/2002/Jan/24786.htm Last accessed: June 16, 2003

Other

Market visit and interview with Mr. Xu Zheng, General Manager of Shanghai Longwu Imported Fruit and Vegetable Wholesale market, http://www.slwfruit.com

Market visit to Shi Liu Pu fruit wholesale market.

Useful Information

The Canadian consulate has prepared and published a series of market reports on the different food sectors in Shanghai and the Yangzi Delta region. Please contact us directly for a complete list of available reports or visit our website at http://shanghai.gc.ca/ag_food.

Date Modified: 2003 08 01 Important Notices

Information sur les marchés
L'Asie-Pacifique

Le marché des fruits dans la région du delta du Yangzi

juin 2003

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

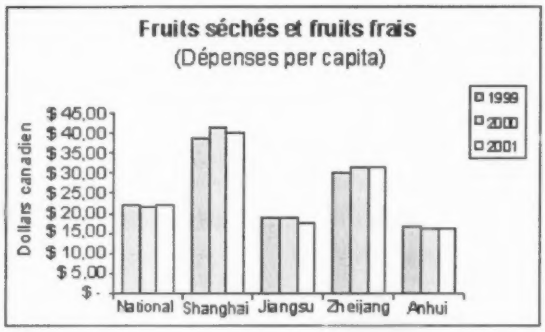
Consulat du Canada à Shanghai
Bureau 604, Four Shanghai Centre
1376 Nanjing Xi Lu
Shanghai, 200040
CHINE
Téléphone : (86 21) 6279-8400
Télécopieur : (86 21) 6279-7456
Courriel : henry.deng@shanghai.gc.ca
Internet : http://www.shanghai.gc.ca

Aperçu du marché

Le marché des fruits évolue rapidement. Chaque année, la consommation de fruits augment, la production s'améliore et les variétés sont plus nombreuses. Le consommateur chinois est de plus en plus sensibilisé à la santé et considère les fruits comme une bonne source d'éléments nutritifs. Les stands de fruits regorgent donc de nombreuses variétés répondant aux besoins du marché.

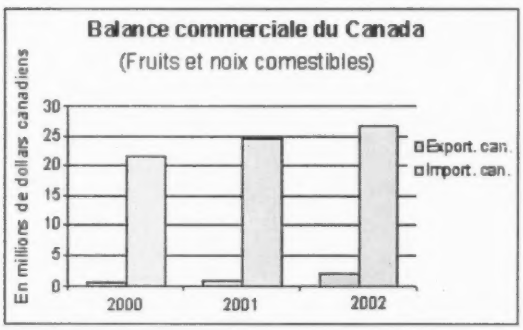
Shanghai représente un excellent marché pour les fruits importé s. Le revenu annuel moyen disponible de ses habitants se chiffre à 2 258,48 $, soit près du double de la moyenne nationale. Ce revenu a

augmenté de près de 10 p. 100 par année. La demande des fruits a suivi la hausse du revenu en Chine. À Shanghai, le citadin moyen consacre 40,70 $ à l'achat des fruits, soit le double de la moyenne nationale (22,09 $). De plus, un grand nombre d'étrangers qui se sont installés à Shanghai, un hôtel cinq étoiles et le secteur de la restauration demandent des fruits de grande qualité toute l'année.



Statistiques nationales de la Chine

Les exportations canadiennes de fruits et de noix comestibles ont atteint 2,04 millions de dollars en 2002, une hausse importante par rapport à 2001 (0,8 million de dollars). Les fruits congelés accaparent la majeure partie du marché et forment le segment qui enregistre la croissance la plus rapide. Aucune importation toutefois n'arrive au port de Shanghai. En effet, les fruits congelés arrivent à Qingdao et à Nanjing, capitale de la province de Jiangsu, tandis que les fruits frais arrivent à Guanzhou. Les exportations de la Chine vers le Canada comprennent les agrumes, les pommes, les poires et les fruits congelés.



Statistiques du commerce mondial

Les achats se composent principalement de fruits produits en Chine et ces derniers livrent une vive concurrence aux variétés importées. La Chine est la plus grande consommatrice et productrice de fruits au monde. Son vaste territoire permet de produire une grande gamme de fruits, depuis les pommes dans le nord jusqu'aux mangues et aux bananes dans le sud. La production annuelle s'élève à 66 580 000 tonnes, dont 267 000 tonnes sont acheminées à Shanghai, 2 506 000 tonnes à la province de Zhejiang, 1 953 000 tonnes à la province de Jiangsu et 1 471 000 tonnes à Anhui. La

production de pommes à elle seule représente 1,5 milliard de boisseaux par an, soit près de la moitié de la production mondiale. La production d'oranges s'élève pour sa part à 12 millions de tonnes par an.

Malgré ces chiffres élevés, le secteur des fruits ne dispose pas de la technologie de transformation et de la technologie perfectionnée dont il aurait besoin pour optimiser sa production. Bien que des améliorations radicales aient eu lieu ces dernières années, la majorité des fruits n'arrive pas jusqu'au marché ou jusqu'au consommateur. La concurrence étrangère et l'adhésion de la Chine à l'Organisation mondiale du commerce (OMC) force les producteurs locaux à changer leurs méthodes et à livrer une meilleure concurrence.

Dans les villes côtières de l'est du pays, comme Shanghai, les fruits importés occupent dorénavant une part de marché. Les consommateurs s'intéressent aux fruits importés, car ils offrent une qualité supérieure, de la variété et un caractère unique que n'offrent pas les fruits produits en Chine. Très souvent, les fruits importés ont meilleure apparence et se présentent sous des emballages attrayants.

On prévoit que le secteur des fruits continuera d'évoluer et gagnera en efficacité. Le gouvernement chinois a consacré beaucoup de temps et d'argent au développement de ce secteur. Dernièrement, il a modifié sa politique agricole pour passer d'une production axée sur une utilisation intensive des terres à une production à forte intensité de main-d'oeuvre, comme la production des fruits et légumes. Les initiatives englobent la recherche et le dé veloppement, une formation accrue des agriculteurs, l'introduction de la technologie de transformation et des projets visant à améliorer la qualité. Le gouvernement considère que ces initiatives s'imposent pour optimiser les ressources et contribuer à livrer une réelle concurrence au sein de l'OMC.

PARTICIPANTS ET PRODUITS CLÉS

Les fruits importés qui ont la cote sont les oranges Sunkist, les bananes Dole, les kiwis de Nouvelle-Zélande, les raisins du Chili, les mangues de Thaïlande, les pommes Granny Smith ou les pommes de Washington. À l'heure actuelle, aucun fruit canadien n'est sur le marché en Chine.

Nombre de variétés de fruits poussent en Chine. Les pommes, les oranges et les pêches représentent 80 p. 100 du total des zones de culture de fruits. Au cours des dix ou vingt dernières années, de nouvelles variétés sont apparues ou ont été mises en marché. Des variétés autrefois sauvages (fraises, kiwis) occupent 10 p. 100 des zones de culture des fruits. La nouvelle technologie, les pépinièr es et les serres commencent à donner naissance à des variétés amélioré es et importées.

La production de fruits en Chine demeure décentralisée. Les

producteurs se regroupent grosso modo sur le plan local. Ils transportent leurs produits jusqu'au marché régional ou aux marché s de gros pour les vendre. À l'heure actuelle, il n'y a pas vraiment de chef de file de la production fruitière.

OCCASIONS D'AFFAIRES

- Matériel de transformation : Le secteur chinois des fruits manque d'installations de transformation. Par conséquent, la majorité des fruits n'arrive jamais sur le marché. Selon les statistiques officielles, moins de 6 p. 100 de la production totale de pommes est transformée. Il en est de même des autres fruits.
- Produits à valeur ajoutée, à base de fruits : Les jus, confitures, collations de fruits séchés, sirops et autres produits à base de fruits pourraient avoir une place sur le marché. Les fruits séchés représentent la collation favorite des Chinois. Les consommateurs boivent aussi plus de jus de fruit. Le marché du jus présente un bon potentiel, car chaque Chinois boit en moyenne un litre de jus par année contre 50 à 70 litres pour les Européens et les Nord-Américains.
- Fruits frais et fruits congelés : Il est possible d'exporter des fruits frais ou congelés si l'on tient compte des préfé rences des consommateurs et du prix. Les produits canadiens sont considérés comme des produits sains de grande qualité. Les consommateurs étant prêts à faire l'essai de nouveaux produits, certains produits propres au Canada, tels les bleuets, les canneberges, les framboises ou les petites poires, pourraient plaire aux Chinois.
- Technologie et formation : Le secteur des fruits en Chine en est à ses débuts. L'infrastructure, la distribution, l'entreposage et la commercialisation ont besoin d'être améliorés.

ACCÈS AU MARCHÉ

Consommateur

Le prix constitue le facteur principal

FRUIT	PRIX (en RMB)	PRIX (en $CAN)	POIDS
Pommes rouges délicieuses	5,99 $	0,97 $	500 g
Pommes Granny Smith	7,65 $	1,23 $	500 g
Pommes de la prov. de Shandong	3,75 $	0,61 $	500 g
Pommes Huang Jiso	2,90 $	0,47 $	500 g
Bananes Dole	2,79 $	0,45 $	500 g
Cerises (production locale)	12,90 $	2,08 $	500 g
Oranges Sunkist	4,99 $	0,81 $	500 g
Melons d'eau (production locale)	0,79 $	0,13 $	500 g
Kiwis de Nouvelle-Zélande	2,55 $	0,41 $	500 g
Prunes noires (production locale)	9,99 $	1,61 $	500 g

Le prix constitue le facteur principal. Étant donné le vaste choix sur

le marché, les consommateurs peuvent se permettre assurément d'être sélectifs. Les prix sont plus élevés à Shanghai, puisque cette ville n'est pas une grande productrice de fruits et qu'elle doit faire venir les fruits d'autres régions de la Chine, principalement du sud. Les fruits importés de l'étranger sont beaucoup plus chers que la production locale. En effet, pour le prix de 500 g de pommes Granny Smith, le consommateur peut acheter une douzaine d'oeufs et du pain. Le prix moyen des fruits dans les grands magasins de dé tail est illustré dans le tableau ci-contre. Le prix de certains fruits est trop élevé pour que ceux-ci se taillent une place sur le marché en général. Il est impossible, par exemple, d'importer et de vendre des fraises. En 2003, le tarif douanier se maintient à 24,2 p. 100 et la taxe à valeur ajoutée (TVA), à 13 p. 100. De plus, les fraises produites en Chine se vendent bien sur le marché.

La qualité et le prix des fruits de Chine étant maintenus bas, la marque prend une importance cruciale. Les exportateurs qui veulent pénétrer ce marché doivent être prêts à investir, à dresser des plans de mise en marché et à miser sur le long terme. Depuis son entrée sur le marché, en 2000, Sunkist a investi beaucoup de temps et d'argent sur le marché pour faire connaître sa marque d'oranges, ce qui est maintenant fait. La majorité des fruits étant vendus dans divers marchés à travers la ville, il n'est pas facile de mettre un produit en marché et de le faire connaître. De plus, une marque aide à faire la différence entre une importation et un produit chinois. Les producteurs de fruits reconnaissent l'importance de la marque et tentent de créer des marques propres à leurs produits.

Le goût représente un autre élément essentiel. Il importe que le produit corresponde aux préférences des Chinois. Il est conseillé d'effectuer une étude de marché avant d'entrer sur le marché. Bien que nombre de nouveaux produits aient été lancés sur le marché, certains fruits n'ont pas réussi à percer. Ce fut le cas de la jacque, a révélé un importateur de fruits local. Ce fruit n'a pas eu de succès auprès des consommateurs en raison de son parfum fort et de son apparence peu attrayante.

Marché

Bien que les habitudes des consommateurs aient changé radicalement dans la plupart des cas, ces derniers achètent leurs fruits dans des stands ou des marchés. Les supermarchés locaux tiennent une certaine variété de fruits, mais les consommateurs considèrent qu'ils les vendent plus cher et que les fruits sont moins frais. Les magasins plus grands consacrent une section bien approvisionnée en fruits et légumes. Ces magasins, les hôtels et restaurants haut de gamme offrent le plus grand choix de fruits importés. Veuillez vous reporter au rapport du Consulat général à Shanghai intitulé Le marché de la vente au détail à Shanghai pour en savoir davantage sur le sujet.

Sur le marché traditionnel des produits frais et dans les stands de fruits de quartier, on retrouve de « fausses importations ». Bien que le gouvernement chinois ait pris des mesures pour contrôler et éliminer la contrefaçon, le problème demeure dans le secteur des fruits importés. Les collants des marques importées sont faciles à

reproduire et sont mis sur les fruits locaux. Ces derniers peuvent alors être vendus au même prix que les fruits importés de l'é tranger. La Chine ayant amélioré les variétés de fruits, il est devenu difficile de faire la différence entre un fruit local et un fruit importé de l'étranger.

La vente des fruits est saisonnière. On ne retrouve pas toutes les variétés en magasin tout au long de l'année. Les producteurs inondent le marché d'une variété, causant une abondance qui fait baisser les prix. En été, par exemple, en juin, juillet et août, le marché est inondé à 80 p. 100 de melons d'eau. Les meilleures ventes de fruits importés surviennent en janvier et en février. Les fruits importés s'achètent en général pour des occasions spé ciales ou des festivals. Lors du Nouvel An chinois, en janvier-février, les consommateurs achètent des fruits plus chers pour les donner en cadeau à des amis et à des parents. L' approvisionnement en fruits et légumes est faible le mois suivant.

Tarif douanier s'appliquant aux fruits de choix

PRODUIT (S.H.)	2003	2004
Raisins secs	16	10
Raisins frais	18,4	13
Pommes	14	10
Abricots	26	25
Cerises, pêches	14	10
Prunes	16	10
Fraises	24,2	22,7
Framboises	26	25
Cerises confites	31	30
Abricots, pruneaux et pommes séchés	26	25

Le prix des fruits produits en Chine et des fruits importés a baissé ces dernières années. L'adhésion de la Chine à l'OMC fera diminuer les coûts à l'importation, mais elle fera augmenter les profits sur les fruits importés. Le prix des fruits est établi chaque jour et affiché à l'entrée des marchés de gros.

La majorité des fruits importés arrivent à Shanghai par l'entremise du marché de fruits et légumes d'importation Longwu. Distribué s par les grandes entreprises de commerce de gros et de distribution, les fruits importés se retrouvent dans les marchés de gros de Shanghai, les marchés régionaux et certains certains clients (hôtels et restaurants). Le marché offre divers services : liste de distributeurs, formalités douanières, entrepôt de douane et entreposage.

Au marché Longwu, les fruits importés se répartissent en deux catégories. Un quart des fruits arrive directement de l'étranger et le reste provient du sud de la Chine. Le plus grand marché de fruits importés est situé dans la province de Guangdong. Officiellement, les fruits arrivent au port de Guanzhou, puis ils sont distribués à travers la Chine. Officieusement, les fruits sont d'abord expédiés à Hong Kong, puis en Chine. Les importateurs évitent ainsi la demande de permis d'importation, qui gruge de leur temps, de même que les examens de mise en quarantaine. Cette voie n'est toutefois pas recommandée puisque les fruits empruntent des filières parallèles pour entrer au pays. Au cours de l'année dernière, le gouvernement chinois a pris des mesures strictes pour contrôler le trafic des

produits par les filières parallèles passant par Hong Kong.

Officiellement, les importateurs de fruits ont besoin d'un permis spécial d'importation de l'Administration générale de l'État pour le contrôle de la qualité, l'inspection et le contrôle sanitaire. Une fois arrivés en Chine, les fruits doivent être inspectés puis autorisés par les agents de l'Administration. Ils passent ensuite les douanes où s'appliquent le tarif douanier et la TVA. Les tarifs diffèrent selon les fruits et la TVA se situe entre 13 et 17 p. 100.

LISTE DE CONTACTS CLÉS

Représentants du gouvernement canadien en Chine

Consulat général du Canada à Shanghai
Bureau 604, 1376 Nanjing West Road
Shanghai, 200040
CHINE
Personne-ressource : M. Henry Deng, délégué commercial
Téléphone : (86 21) 6279-8400
Télécopieur : (86 21) 6279-7456
Courriel : henry.deng@dfait-maeci.gc.ca
Internet : http://www.shanghai.gc.ca

Consulat général du Canada à Shanghai
Bureau 604, 1376 Nanjing West Road
Shanghai, 200040
CHINE
Personne-ressource : Mme Shirlie Wu, adjointe commerciale
Téléphone : (86 21) 6279-8400
Télécopieur : (86 21) 6279-7456
Courriel : shirlie.wu@dfait-maeci.gc.ca
Internet : http://www.shanghai.gc.ca

Représentants du gouvernement chinois, région de Shanghai

Douanes de Shanghai de la République populaire de Chine – Organisme responsable de la réglementation et des inspections des documents d'import-export et des certificats

13 Zhong Shan Dong Yi Lu
Shanghai, 200002
CHINE
Téléphone : (86 21) 6323-2410
Télécopieur : (86 21) 6323-2095
Internet : http://www.shcus.gov.cn
Administration générale de l'État pour le contrôle de la qualité, l'inspection et le contrôle sanitaire, Shanghai – Organisme responsable de l'inspection des aliments importés et des aliments exportés

1208 Minsheng Road, Pudong

Shanghai, 200135
CHINE
Téléphone : (86 21) 6856-3030
Télécopieur : (86 21) 6856-5939

Shanghai Import Food Enterprise Association – Organisme aidant à l'application et à l'approbation des étiquettes des aliments importés

Bureau 1702, Hero Building
2669 Xie Tu Road
Shanghai, 200030
CHINE
Téléphone : (86 21) 6439-8189
Télécopieur : (86 21) 6439-8191

Bibliographie

Imprimés

Shanghai Statistical Yearbook 2002, Shanghai Municipal Statistics Bureau, China Statistics Press

China Statistical Yearbook 2002, National Bureau of Statistics of China, China Statistics Press

Le marché des fruits dans la région du delta du Yangzi, Consulat général du Canada à Shanghai, Ministère des affaires étrangères et du commerce international, septembre 2000 (disponible auprès du consulat à Shanghai)

Versions électroniques

World Trade Statistics, Global Trade Information Services Inc., novembre 2002, version Internet 4.2a

BARBOZA, David, "In China, apple crop is producing trade fight." International Herald Tribune, 5 avril 2003

Diverses pages du site http://www.fruitnews.com, portail consacré au marché des fruits en Chine. Dernière consultation : le 16 juin 2003

"Great Potential in Western China's Fruit Industry." People's Daily, 6 janvier 2002, Centre d'information Internet sur la Chine, http://www.china.org.cn/english/2002/Jan/24786.htm Dernière consultation : le 16 juin 2003

Divers

Visite du marché et entretien avec M. Xu Zheng, directeur géné ral du marché de gros des fruits et légumes importés Longwu de Shanghai, http://www.slwfruit.com.

Visite du marché de fruits en gros Shi Liu Pu.

Renseignements supplémentaires

Le Consulat du Canada a publié des rapports sur les différents segments du marché alimentaire de Shanghai et de la région du delta du Yangzi. Veuillez communiquer avec nous pour avoir la liste exhaustive des rapports ou consulter notre site Web à http://www.shanghai.gc.ca/ag_food.

Mise à jour : 2003 08 01 Avis importants